

NO. DAFTAR FPIPS: 1713/UN40.A2.8/PP/2020

**PENGARUH LAYANAN GOFOOD TERHADAP PENINGKATAN
PENJUALAN DARI USAHA MIKRO MAKANAN LOKAL
MITRA GOFOOD DI KOTA BANDUNG**

Skripsi

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Pariwisata



oleh

SALMAN HAFIDZ

1605424

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN INDUSTRI KATERING
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL**

UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA

BANDUNG

2020

Salman Hafidz, 2020

*PENGARUH LAYANAN GOFOOD TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN DARI USAHA MIKRO
MAKANAN LOKAL MITRA GOFOOD DI KOTA BANDUNG*


Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH LAYANAN GOFOOD TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN DARI USAHA MIKRO MAKANAN LOKAL MITRA GO FOOD DI KOTA BANDUNG

Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing 1



Caria Ningsih, M.Si., Ph.D
NIP.19800131.200812.1.002

Pembimbing 2



Ilham Fajri, MM.Par
NIP.2018104388053

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen Industri Katering



Dr. Dewi Turgarini, S.S., MM.Par
NIP. 19700320.200812.2.001

Salman Hafidz, 2020

**PENGARUH LAYANAN GOFOOD TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN DARI USAHA MIKRO
MAKANAN LOKAL MITRA GOFOOD DI KOTA BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

LEMBAR PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Gofood Di Kota Bandung** ini sepenuhnya karya saya sendiri. Tidak ada bagian di dalamnya yang merupakan plagiat dari karya orang lain dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pun pengutipan dengan cara yang tidak sesuai etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/ sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, Juli 2020

Pembuat Pernyataan

Salman Hafidz

1605424

Salman Hafidz, 2020

PENGARUH LAYANAN GOFOOD TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN DARI USAHA MIKRO MAKANAN LOKAL MITRA GOFOOD DI KOTA BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

LEMBAR HAK CIPTA
PENGARUH LAYANAN GOFOOD TERHADAP PENINGKATAN
PENJUALAN DARI USAHA MIKRO MAKANAN LOKAL
MITRA GOFOOD DI KOTA BANDUNG

Oleh
Salman Hafidz
1605424

Skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Pariwisata pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© Salman Hafidz
Universitas Pendidikan Indonesia
Juli 2020

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian dengan
dicetak ulang, difotokopi atau cara lainnya tanpa izin penulis

Salman Hafidz, 2020

***PENGARUH LAYANAN GOFOOD TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN DARI USAHA MIKRO
MAKANAN LOKAL MITRA GOFOOD DI KOTA BANDUNG***

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

**PENGARUH LAYANAN GOFOOD TERHADAP PENINGKATAN
PENJUALAN DARI USAHA MIKRO MAKANAN LOKAL
MITRA GO-FOOD DI KOTA BANDUNG**

SALMAN HAFIDZ
1605424

Abstrak

Pada saat ini dunia digital sudah memasuki semua sektor kehidupan, sektor pariwisata misalnya dengan aplikasi *google maps* untuk menunjukan lokasi wisata, aplikasi pemesanan hotel, dan aplikasi transportasi online dan layanan pesan antar makanan. Gofood salah satu layanan pesan antar makanan yang terdapat pada aplikasi Gojek. Dengan adanya Gofood wisatawan yang berada di destinasi wisata atau penginapan khususnya di Kota Bandung dapat dengan mudah memesan makanan khas lokal atau kuliner yang populer di Kota Bandung. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh layanan Gofood terhadap peningkatan penjualan dari usaha mikro makanan lokal mitra Gofood di Kota Bandung. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan metode analisis regresi linier sederhana, Uji F dan Uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel layanan Gofood positif dan signifikan serta berpengaruh sebesar 42,4% terhadap penjualan usaha mikro makanan lokal mitra Gofood di Kota Bandung, sisanya 57,6% merupakan pengaruh variabel yang tidak diteliti seperti kualitas produk, harga, manajemen marketing, bauran pemasaran, dll. Kondisi permodalan mitra gofood relatif meningkat secara akumulasi tetapi untuk modal harian khususnya akhir pekan (jumat, sabtu, minggu, dan libur nasional) terkendala karena pencairan penjualan pada hari tersebut baru di salurkan kepada mitra pada hari senin dan di atas jam 12 siang, sebaiknya di percepat pencairannya karena berpengaruh terhadap perputaran modal harian.

Kata kunci: Gofood, penjualan, usaha mikro, makanan lokal

Abstract

At this time the digital world has entered all sectors of life, the tourism sector for example with the google maps application to show tourist locations, hotel booking applications, and online transportation applications and food delivery services. Gofood is one of the food delivery services found on the Gojek application. With the presence of Gofood tourists who are in tourist destinations or lodging, especially in the city of Bandung can easily order local specialties or popular culinary in the city of Bandung. The purpose of this study was to determine the effect of Gofood services on increasing sales from local Gofood partner micro food businesses in the city of Bandung. This study uses quantitative methods using simple linear regression analysis, F-test and t-test. The results showed that the Gofood service variable was positive and significant and had an effect of 42.4% on the sales of Gofood partner local micro food businesses in the city of Bandung, the remaining 57.6% was the influence of variables not examined such as product quality, price, marketing management, mix marketing, etc. Gofood partner capital conditions are relatively increased by accumulation, but for daily capital, especially weekends (Friday, Saturday, Sunday, and national holidays) constrained because the disbursement of sales on that day only distributed to partners on Monday and above 12 noon, preferably in accelerate the disbursement because it affects the daily capital turnover.

Keywords: Gofood, sales, microbusiness, local food

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya peneliti telah diberikan kesehatan dan kelancaran dalam menyelesaikan skripsi ini. Pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih atas bantuan dan dorongan kepada semua pihak yang telah memberi dukungan, bantuan, bimbingan, dorongan dan semangat sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih peneliti sampaikan dengan tulus dengan segala kerendahan hati, peneliti secara khusus menyampaikan penghargaan dengan rasa terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang selalu memberikan kesehatan dan melimpahkan kasih sayang-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini.
2. Prof. Dr. H. M. Solehudin, M.Pd., M.A., selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
3. Dr. Agus Mulyana, M.Hum. selaku Dekan Fakultas Pendidikan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial.
4. Dr. Dewi Turgarini, S.S., MM.Par. selaku Ketua Prodi Manajemen Industri Katering
5. Caria Ningsih, M.Si., Ph.D selaku dosen Pembimbing I yang telah memberikan masukan, pengarahan dan membimbing penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
6. Ilham Fajri, MM.Par. selaku dosen Pembimbing II yang memberikan bimbingan dan saran yang berharga bagi penulis.

Ucapan terimakasih ini juga penulis sampaikan kepada

1. Orangtua dan adik, Bapak Riza Risaman, Ibu Tjoetjoe, dan Muhammad Wafi Karami yang selalu mendukung keberlangsungan pendidikan sarjana, memberikan do'a dan kasih sayang serta dukungan baik materi maupun non-materi.
2. Keluarga besar khususnya bapak Dadan dan Ibu Winny Windiasari serta saudara Davin Rizqin, yang telah meminjamkan kendaraan untuk mempermudah pencarian responden.
3. Orang terdekat peneliti Osy Dwi Munggari yang telah memberikan dukungan, do'a serta motivasi.
4. Teman-teman MIK 2016 khususnya Hajiman selaku ketua angkatan dan telah membantu peneliti dalam memberikan masukan pada skripsi ini.
5. Komunitas Partner Gofood Bandung, yang telah membantu dalam keterbukaan data dan membantu untuk menyebarkan kuesioner kepada anggota.
6. Semua saudara dan teman yang tidak dapat di sebutkan satu persatu.

Akhir kata peneliti berharap skripsi ini dapat memberi manfaat bagi peneliti khususnya, dan bagi pembaca umumnya.

Bandung, Juli 2020

Salman Hafidz

DAFTAR ISI

Abstrak	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Definisi Pariwisata	7
2.1.2 Industri Kuliner	7
2.1.3 Gojek	8
2.1.4 Usaha kecil, mikro, menengah	9
2.1.5 Digitalisasi	11
2.1.6 Pelayanan	12
2.1.7 Penjualan	14
2.2 Penelitian Terdahulu	16
2.3 Kerangka Pemikiran	19
2.4 Hipotesis	20
BAB 3 METODE PENELITIAN	21
3.1 Objek dan Subjek Penelitian	21
3.2 Metode Penelitian	21
3.3 Populasi dan Sampel	21
3.3.1 Populasi	21
3.3.2 Sampel	22
3.4 Operasional Variabel	23
3.5 Sumber Data	25
3.6 Teknik Pengumpulan Data	25
3.7 Instrumen Penelitian	26
3.8 Metode Analisis Data	26
3.8.1 Uji Validitas	26

3.8.2	Uji Reabilitas	28
3.9	Teknik Analisis Data	29
3.9.1	Regresi Sederhana.....	29
3.9.2	Korelasi	30
3.9.3	Pengujian Hipotesis Partial (Uji t).....	32
3.9.4	Pengujian Hipotesis Simultan (Uji F).....	32
BAB 4	HASIL DAN PEMBAHASAN	33
4.1	Profil Gojek.....	33
4.1.1	Sejarah Gojek	33
4.1.2	Logo Gojek.....	34
4.1.3	Visi dan Misi Gojek.....	34
4.1.4	Struktur Organisasi Gojek.....	35
4.1.5	Layanan Gofood	36
4.2	Karakteristik Responden	37
4.2.1	Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	38
4.2.2	Karakteristik Responden Menurut Usia.....	39
4.2.3	Karakteristik Responden Menurut Lama Usaha	40
4.2.4	Karakteristik Responden Menurut Pemasaran Selain di Gofood	
4.3	Statistik Deskriptif	46
4.3.1	Layanan Gofood	46
4.3.2	Penjualan	50
4.4	Hasil Uji Regresi Sederhana.....	53
4.6	Hasil Uji Hipotesis	55
4.6.1	Hasil Uji Partial (uji t)	55
4.6.2	Hasil Uji Simultan (uji F)	56
4.7	Pembahasan Hasil Penelitian	57
BAB 5	SIMPULAN DAN SARAN.....	60
5.1	Simpulan.....	60
5.2	Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA		63

DAFTAR TABEL

Tabel 1.0 Jumlah Usaha Makanan dan Minuman Kota Bandung.....	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 2.2 Kerangka Pemikiran.....	19
Tabel 3.1 Operasional Variabel	23
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas	28
Tabel 3.3 Koefisien Korelasi.....	31
Tabel 4.1 Usaha Makanan Lokal Mitra Gofood	46
Tabel 4.2 Layanan Gofood (X).....	46
Tabel 4.3 Rekapitulasi Tanggapan Responden Layanan Gofood	50
Tabel 4.4 Penjualan (Y)	51
Tabel 4.5 Rekapitulasi Tanggapan Responden Penjualan.....	53
Tabel 4.6 Hasil Uji Regresi Sederhana.....	54
Tabel 4.7 Hasil Uji Regresi Sederhana.....	55
Tabel 4.8 Hasil Uji Regresi Sederhana.....	55
Tabel 4.9 Hasil Uji Korelasi	56
Tabel 4.10 Hasil Uji Partial (uji t)	56
Tabel 4.11 Hasil Uji Simultan (uji F)	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Bukti Masalah	3
Gambar 4.1	Logo Gojek	34
Gambar 4.2	Struktur Organisasi PT. Aplikasi Karya Anak Bangsa.....	35
Gambar 4.3	Struktur Regional PT. Aplikasi Karya Anak Bangsa	36
Gambar 4.4	Jenis Kelamin Responden	38
Gambar 4.5	Usia Responden	39
Gambar 4.6	Lama Usaha.....	40
Gambar 4.7	Pemasaran Selain Di Gofood	43
Gambar 4.8	Jenis – Jenis Makanan Lokal Partner Gofood Kota Bandung .	48
Gambar 4.9	Pemetaan Usaha Responden Makanan Lokal Mitra Gofood...	48
Gambar 4.10	Grafik responden Layanan Gofood (X).....	48
Gambar 4.11	Garis Kontinum Variabel Layanan Gofood (X)	50
Gambar 4.12	Grafik Responden Penjual (Y)	52
Gambar 4.13	Garis Kontinum Variabel Penjualan (Y)	53